

la semaine

international

Avec Evian, jeunesse pour tous ! p.4

opinions

Ceci est-il une pipe ? p.6

Le Web, média de l'infidélité décomplexée . . p.6

La «ferme France» a la cote. p.7

enquête

La télé-réalité sous électrochoc p.8

marques en vue

Massive Good met le tout-Hollywood dans sa poche p.12

DIVERSIFICATION. Et maintenant, Cerise vend aussi des voitures p.14

PRODUIT. Avec Oreo, on va déguster ! p.15

SPONSORING. Terrain glissant aux X Games . p.16

PARTENARIAT. Les paniers Petit Producteur dans l'escarcelle de Monoprix p.17

focus

SANTÉ. Les laboratoires aux petits soins pour leur communication p.18

CORPORATE. Les agences santé se repositionnent p.20

MÉDIAS. La presse médicale en petite forme p.21

médias

INTERNET. Les quotidiens version 2.0 p.22

TÉLÉVISION. France Télévisions a le goût des Jeux p.23

INTERNATIONAL. La télé publique espagnole mène l'audience p.24

MAKING OF. Roulette russe p.27

conseils

INTERNET. Comment les agences développent des stratégies « digitales » . . p.28

AGENCES RH. L'espoir d'un rebond d'ici à la fin 2010 p.31

dossier

Spécial femmes p.33

management

RECRUTEMENT. Les candidats à l'embauche adoptent le principe de réalité p.38

ORGANISATION. Stéphane Richard, patron social ? p.39

ITINÉRAIRE EXPRESS. Olivier Jay (JDD). p.40

la vie des budgets

Protéines électrise Nissan p.46

sur Strategies.fr

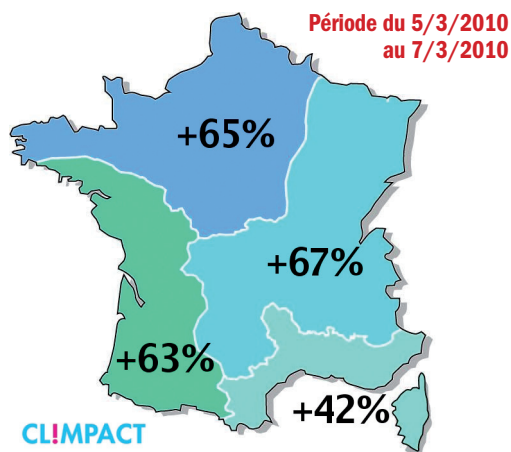
La Ré-création n°40. Des bêtes déchaînées et des gens embarrassés.

Les campagnes mythiques. Cette semaine, « Champagne » pour Xbox.

Veille stratégique. En page d'accueil, en partenariat avec Digital Trends, des données chiffrées sur le marché, des points de repères, etc.

Météo Conso/Climpact®

L'impact de la météo sur les ventes de produits sensibles aux températures froides.



% Évolution des ventes exclusivement liée aux fluctuations de la météo par rapport à la semaine précédente.

Le buzz du buzz

C'est l'énorme buzz du moment: tout le monde tape sur Google Buzz, ce nouveau service, mélange de Twitter et de Facebook, lancé récemment par la société californienne. Je ne suis pas assez «geek» pour vous en faire une critique décente mais ceux qui l'ont essayé lui trouvent tous les défauts, en particulier celui de ne rien apporter de vraiment neuf aux outils de partage existants. Sans parler des critiques sur le contrôle de votre vie privée, Google Buzz vous conduisant à ouvrir votre carnet d'adresses Gmail à vos contacts...

Ogre à abattre

Le plus intéressant, dans ce buzz sur le buzz, n'est pas tant l'outil proprement dit que le changement radical de l'opinion sur Google auquel on assiste. Google était la start-up qui faisait rêver, celle qui allait changer le monde, comme l'annonçaient fièrement ses deux jeunes fondateurs. Et c'est vrai qu'elle a imposé un modèle fantastique. Et puis patatras! C'est devenu en quelques mois une machine qui fait peur, l'ogre à abattre, une sorte de nouveau Microsoft.

Le succès, on le sait, génère ce genre de critiques. Mais ce n'est pas la seule explication. Il y a aussi quelques vrais ratés, dont Google Buzz visiblement. Comme si la société était nerveuse, aux abois face la concurrence, notamment celle de Facebook, dont le trafic échappe pour l'instant à ses algorithmes.

De même, certains de ses nouveaux services sont devenus compliqués à utiliser ou tout simplement suiveurs, alors que le succès de l'entreprise s'est justement bâti, à l'origine, sur l'innovation, le dépouillement et la simplicité. Pour Google, il y a urgence à trouver un nouveau moteur pour avancer.

François Kermoal,
directeur de la rédaction,
fkermoal@reedbusiness.fr



© L'Est Créteil

n'oubliez pas

✓ Dimanche 7/03

Cérémonie des Oscars. Au Kodak Theatre d'Hollywood, ou sur Canal+ en France.

✓ Mercredi 10/03

Grand Prix Stratégies du marketing digital. À l'espace Cardin, sur invitation.
Winter X Games. À Tignes (Savoie), jusqu'au 12 mars.

✓ Médias, grand angle

Le dimanche avec Stratégies sur France Info. À 5h49, 7h19, 15h42 et 17h51.

